OBERFRÄNKISCHE
WIRTSCHAFT

Das Magazin der IHK für Oberfranken Bayreuth

IHK für Oberfranken Bayreuth

MEDIADATEN 2026

Gültig ab 01.12.2025

MEDIABERATUNG

HCS Medienwerk GmbH
Die Vermarktung der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl, Bayreuth

HCS Medienwerk GmbH

Udo Osterhage
udo.osterhage@hcs-medienwerk.de
Tel. 09231 9601622

KURZCHARAKTERISTIK

Das IHK-Magazin „Oberfränkische Wirtschaft“ setzt im neuen Magazinformat hohe Maßstäbe. Mit ihrer großen Reichweite und einer starken Leserbindung ist sie eines der aufmerksamkeitsstärksten Medien in Oberfranken. Profitieren Sie mit der Schaltung einer Anzeige oder eines Advertorials davon, und erreichen Sie Kunden und Geschäftspartner mit einem professionellen Medium.

Redaktionelle Schwerpunkte

Die „Oberfränkische Wirtschaft“ setzt monatlich Schwerpunkte:

- **Nachrichten**
  Aktuelle Wirtschaftsnachrichten aus der Region Oberfranken
- **Titelthema**
  Ausführliche Berichterstattung über ein spezielles Wirtschaftsthema mit Bezug zum regionalen Wirtschaftsraum
- **Ratgeber**
  Informationen aus der IHK, Tipps für die Unternehmenspraxis
- **Netzwerke**
  Berichte aus IHK Veranstaltungen und von Netzwerkpartnern

Die „Oberfränkische Wirtschaft“ hat eine Reichweite von ca. 19.000 und wird per Post an alle im Handelsregister eingetragenen Mitglieder der IHK für Oberfranken Bayreuth zugestellt.

Ihre Werbezielgruppe auf einen Blick

Industrie:	2.980
Handel:	6.600
Dienstleistungen:	9.420
Gesamt:	**19.000**

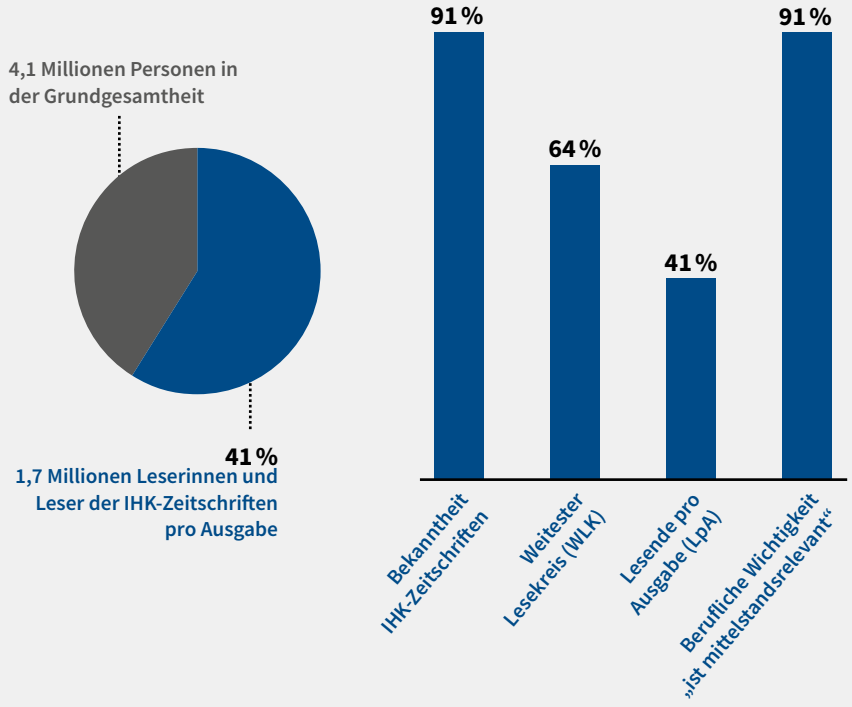
LESERANALYSE

Mit dem IHK-Magazin erreichen Sie das Potenzial des Mittelstands

Die IHK-Zeitschrift ist Pflichtlektüre für mehr als die Hälfte aller Entscheider im Mittelstand. Sie ist das einzige Mittelstandsmedium mit relevanter Reichweite.

Entscheiderinnen und Entscheider im Mittelstand

IHK-Zeitschriften



Mit 4,1 Millionen Personen in der Grundgesamtheit **erreichen die IHK-Zeitschriften 41 % bzw. 1,7 Millionen Lesende pro Ausgabe** und 91% der Lesenden sagen die IHK-Zeitschriften sind mittelstandsrelevant.

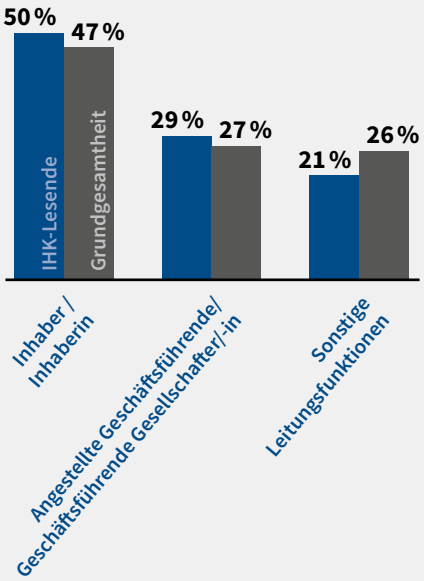
Mit den IHK-Magazinen erreichen Sie das Potential des Mittelstands

- Sie erreichen **1,7 Millionen Entscheiderinnen und Entscheider.** Das sind **41 % des Mittelstands**
- Bei **1,3 Millionen Lesenden** (79%) **handelt es sich um Inhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen**
- **1,2 Millionen Leserinnen und Leser** (69%) haben **einmonatliches Haushalts-Nettoeinkommen** von **mehr als 3.000 €**

Diese Klientel plant im Vergleich zum übrigen Mittelstand in überproportionalem Maße Anschaffungen für:

- **IT-Technik und Telekommunikationsprodukte** (z.B. Sicherheit, Software, PCs, Tablets)
- **Finanzdienstleistungen** (z.B. Aktien, Immobilienfonds, Wertpapiere, grüne Geldanlagen)
- **Büroausstattung und Miet-, Kauf-und Bauprojekte** (z.B. Standortplanungen)
- **Fahrzeuge** (z.B. PKW-Flotte, Nutzfahrzeuge, Elektrofahrzeuge)

Position im Unternehmen



79 % bzw. 1,3 Millionen Entscheidende und Lesende der IHK-Zeitschriften in den KMUs sind Inhaber/-innen, Mitinhaber/-innen oder Geschäftsführer/-innen ihres Unternehmens.

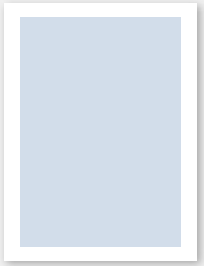
Quelle: IHK-Zeitschriften eG

ANZEIGENFORMATE UND PREISE

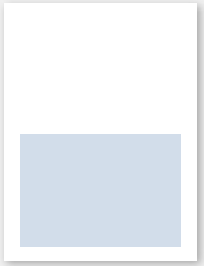
Anzeigen

1/1 Umschlagseite
(U2/U3/U4)
210 x 280 mm**
(zzgl. 3 mm Beschnitt rundum)

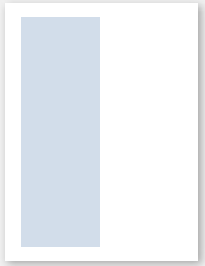
Lokalpreis **4.540,00 €***
Grundpreis **5.215,00 €***



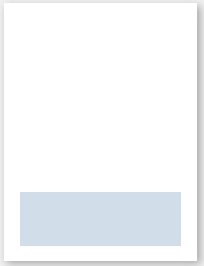
1/1 Seite
175 x 250 mm
Lokalpreis **3.740,00 €***
Grundpreis **4.295,00 €***



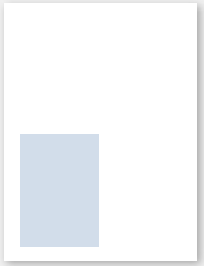
1/2 Seite quer
175 x 122,5 mm
Lokalpreis **2.065,00 €***
Grundpreis **2.368,75 €***



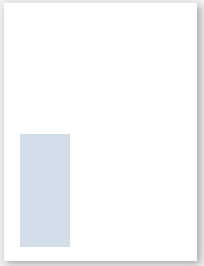
1/2 Seite hoch
85,4 x 250 mm
Lokalpreis **2.065,00 €***
Grundpreis **2.368,75 €***



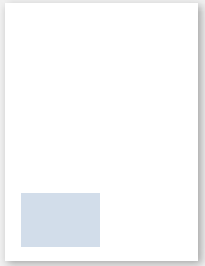
1/4 Seite quer
175 x 58,75 mm
Lokalpreis **1.140,00 €***
Grundpreis **1.305,00 €***



1/4 Seite hoch
85,4 x 122,5 mm
Lokalpreis **1.140,00 €***
Grundpreis **1.305,00 €***



1/6 Seite
55 x 122,5 mm
Lokalpreis **795,00 €***
Grundpreis **908,25 €***



1/8 Seite
85,4 x 58,75 mm
Lokalpreis **620,00 €***
Grundpreis **707,00 €***

*** inkl. Verlinkungen auf Homepage des Kunden**
40,00 € Abzug vom Preis,
wenn keine Verlinkung erwünscht

Gestaltungszuschlag 29,95 €

Mengenstaffel / Malstaffel

3 Seiten = 3 %	2 Anzeigen = 3 %
6 Seiten = 5 %	4 Anzeigen = 5 %
10 Seiten = 10 %	6 Anzeigen = 10 %

Es kommt die Mal- oder Mengenstaffel zum Tragen, Abschlusszeitraum jeweils ein Jahr.

****Informationen zum Beschnitt und Sicherheitsabstand:**

Dokument mit 210 x 280 mm anlegen und zusätzlich bei den Anschnittseinstellungen rundum 3 mm auswählen (Datenformat beträgt somit 216 x 286 mm). Im Anschnitt dürfen keine wichtigen Informationen platziert werden, da dieser bei der Produktion entfernt wird.

Sicherheitsabstand von 6 mm auf allen Seiten beachten. Dieser wird vom Datenformat aus gemessen und verhindert unerwünschten Anschnitt von Texten und Informationen während der Produktion.

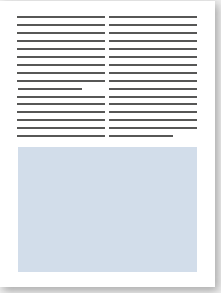
Alle Preise zzgl. MwSt.

ANZEIGENFORMATE UND PREISE

Advertorials (redaktionell gestaltete Anzeigen)

*** inkl. Verlinkungen auf Homepage des Kunden**
40,00 € Abzug vom Preis,
wenn keine Verlinkung erwünscht

Gestaltungszuschlag 100,00 €

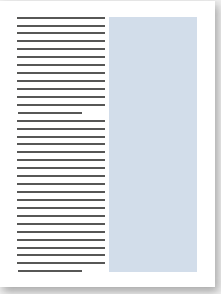


1/1 Seite Advertorial

1/2 Anzeige quer + Text

Anzeige: 175 x 122,5 mm
Text: ca. 3.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Lokalpreis **3.740,00 €***
Grundpreis **4.295,00 €***

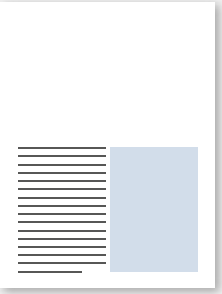


1/1 Seite Advertorial

1/2 Anzeige hoch + Text

Anzeige: 85,4 x 250 mm
Text: ca. 3.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Lokalpreis **3.740,00 €***
Grundpreis **4.295,00 €***



1/2 Seite Advertorial

1/4 Anzeige hoch + Text

Anzeige: 85,4 x 122,5 mm
Text: ca. 1.400 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Lokalpreis **2.065,00 €***
Grundpreis **2.368,75 €***

Technische Daten

Auflage	ca. 19.000 Exemplar (Ausgabe 1-5) | ca. 40.000 Exemplare (Ausgabe 6)
Verbreitung	IHK für Oberfranken Bayreuth
Erscheinungsweise	6x jährlich
Papier	Umschlag: 200 g h´frei weiß glänzend gestrichen Bilderdruck Inhalt: 70 g matt gestrichen LWC Komplettes Material FSC Mix Credit
Druckunterlagen	digital
Magazinformat	210 x 280 mm (Breite x Höhe)
Satzspiegel	175 x 250 mm (Breite x Höhe)
Beschnittzugaben	3 mm umlaufend
DTP-Software	Adobe Creative Cloud
Druckverfahren	Umschlag: Bogenoffsetdruck, 4/4fbg. Euroskala Inhalt: Rollenoffsetdruck, 4/4fbg. Euroskala
Schriften	einbetten oder in Pfade umwandeln
Farben	nur CMYK
Druckdaten	PDF/X1a-Format ProzessStandard Offsetdruck ISO 12647-2
Datenübermittlung	anzeigen@frankenpost.de
FTP-Upload	nach vorheriger Absprache möglich
Telefon für Rückfragen	09561 850-300

Alle Preise zzgl. MwSt.

BRANCHENVERZEICHNIS

Bestellen Sie den Eintrag im Branchenverzeichnis mit Ihrer gewünschten Rubrik. Maximal fünfzeilig für ein ganzes Jahr. Eintragungen sind nur in S/W möglich.

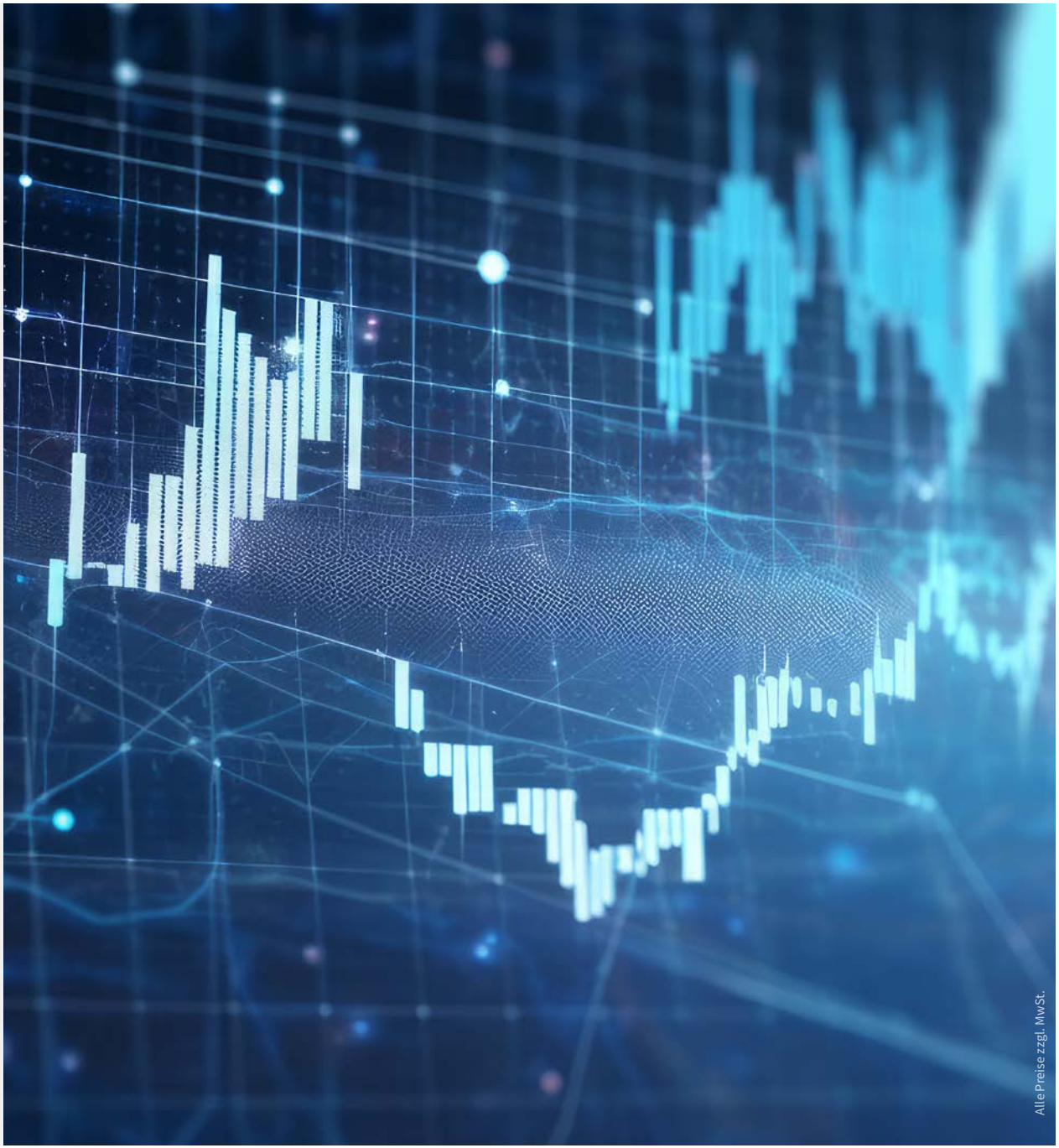
Anzeigen	Fließtext max. fünfzeilig = max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen
Satzspiegel	3-spaltig à 56 mm
Lokalpreis	**230,00 €/p.a.***
Grundpreis	**264,50 €/p.a.***

RUBRIK

Musterfirma GmbH
Mustertätigkeit, Musterbereich,...
Musterstraße 12, 12345 Musterstadt,
Tel. 01234/5678, E-Mail: info@musterfirma.de,
www.musterfirma.de

Beispieleintrag im Branchenverzeichnis

*Automatische Verlängerung der Buchung um 1 Jahr bei Nichtkündigung



Alle Preise zzgl. MwSt.

BEILAGEN – VERBREITUNGSGEBIET

Mögliche Teilbelegungen für Beilagen

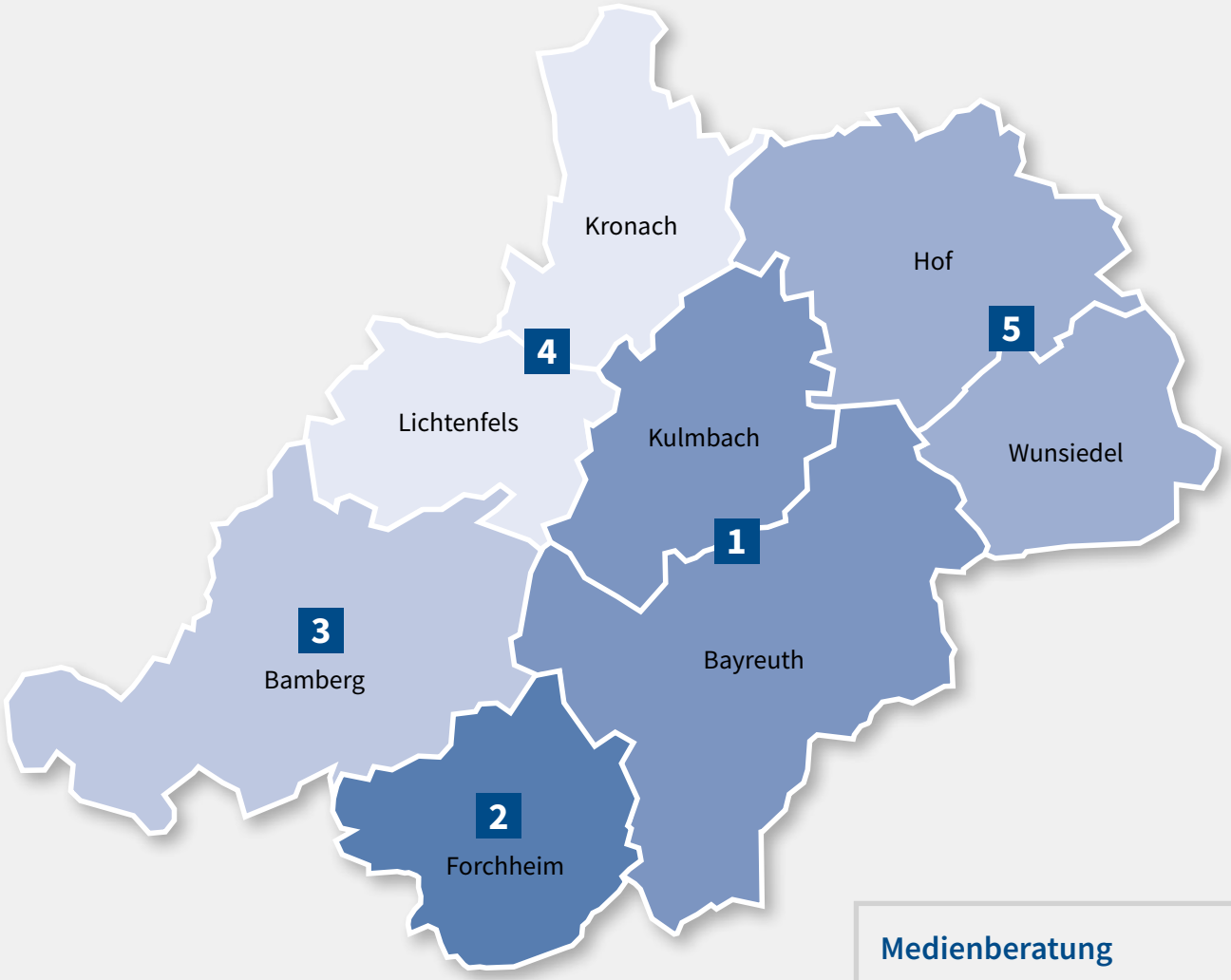
1 **Bayreuth, Kulmbach, Stadt und Landkreise**
(PLZ 95301–95519)
= 5.270 Exemplare (Ausg. 1–5) / 9.400 Exemplare (Ausg. 6)

2 **Forchheim Stadt und Landkreis**
(PLZ 91301–91369)
= 2.160 Exemplare (Ausg. 1–5) / 4.600 Exemplare (Ausg. 6)

3 **Bamberg Stadt und Landkreis**
(PLZ 96001–96200)
= 4.490 Exemplare (Ausg. 1–5) / 10.500 Exemplare (Ausg. 6)

4 **Lichtenfels, Kronach, Stadt und Landkreise**
(PLZ 96201–96450)
= 2.770 Exemplare (Ausg. 1–5) / 6.000 Exemplare (Ausg. 6)

5 **Hof, Wunsiedel, Stadt und Landkreise**
(PLZ 95001–95239 und 95601–95709)
= 4.310 Exemplare (Ausg. 1–5) / 10.400 Exemplare (Ausg. 6)



Medienberatung

Udo Osterhage
udo.osterhage@hcs-medienwerk.de
Tel. 09231 9601622

BEILAGEN – PREISE, FORMATE, ANLIEFERUNG

Lokalpreis **92,00 €/Tsd. zzgl. Porto**
Grundpreis **105,80 €/Tsd. zzgl. Porto**

Format

Mindestformat: 95 x 148 mm (Breite x Höhe)
Höchstformat: 200 x 270 mm (Breite x Höhe)

Angaben zum angelieferten Produkt

Einzelblätter:
größer 105 x 148 mm (DIN A6) bis Maximalformat, mindestens 100 g/m²

Einzelblätter im Format 105 x 148 mm (DIN A6) müssen eine Papiergrammatur von mindestens 115 g/m² haben.

Mehrseitig Beilagen:
mit geringem Umfang (4 oder 6 Seiten) müssen eine Papiergrammatur von mindestens 80 g/ m² haben.

Beilagen ab 8 Seiten müssen eine Papiergrammatur von mindestens 60 g/m² haben.

- Die Beilagen müssen zum Bund des Trägerproduktes geschlossen sein.
- Bei Beilagen im Querformat bitten wir um vorherige Musterzusendung.

Gewichte

Maximalgewicht der Beilage 50 g
(bei Abweichungen bitte Rücksprache halten)

Insgesamt darf die Summe der Beilagen in einem Trägerprodukt laut Postvorschrift nicht schwerer sein als das Trägerprodukt selbst

Erlaubte Falzarten

Mehrseitige Beilagen können nur im Kreuz-, Wickel- oder Mittenfalz verarbeitet werden. Fenster- oder Zickzackfalz können maschinell nicht verarbeitet werden.

Die Beilagen müssen zum Bund des Trägerprodukts geschlossen sein. Beschnitt Beilagen sollten zur reibungslosen Verarbeitung sauber, rechtwinklig beschnitten und ohne Formatschwankungen angeliefert werden. Eine problemlose Vereinzelung der angelieferten Teile setzen wir voraus. Die Beilagen dürfen aufgrund von Schnitten mit stumpfen Messern, Feuchtigkeit oder Elektrostatik nicht aneinander haften.

Beilagen mit Beiklebern

Beikleber sind grundsätzlich innen an der angelieferten Beilage anzukleben; sollten Beikleber außen an der Fremdbeilage aufgespendet sein, muss vorab eine Produktionsabstimmung mit uns erfolgen. Leimstreifen müssen nach dem Einstecken parallel zum Bund des Trägerproduktes liegen (gilt nur für Beilagen); es sollte eine Strichleimung verwendet werden. Bei Beilagen mit außergewöhnlichen Beiklebern, insbesondere Warenproben, ist eine maschinelle Verarbeitung nur nach vorheriger Abstimmung mit uns möglich. Ein Probelauf mit ausreichend Mustern mit Originalbeilagen ist auf jeden Fall empfehlenswert, um verbindliche Aussagen über Verarbeitbarkeit, eventuelle Leistungsminderungen, zusätzliche Zuschüsse und die optimale Verpackungsart treffen zu können.

Ausgabe	Beilagenanlieferung
1. Ausgabe (ET: 25.02.2026)	02.02.–06.02.2026
2. Ausgabe (ET: 08.04.2026)	16.03.–20.03.2026
3. Ausgabe (ET: 08.06.2026)	11.05.–15.05.2026
4. Ausgabe (ET: 03.08.2026)	06.07.–10.07.2026
5. Ausgabe (ET: 26.10.2026)	28.09.–02.10.2026
6. Ausgabe (ET: 16.12.2026)	23.11.–27.11.2026

Zuschüsse

Für die Produktion benötigen wir 3 % Einrichtungszuschuss zzgl. zur Nettoauflagenhöhe der zu belegenden Hauptauflage. Bei besonders komplizierten Produkten mit Warenproben, Beiklebern oder aufzuspendenden Sonderwerbeformen wie DVDs, CDs etc. bitten wir um vorherige Absprache zu den notwendigen Zuschussmengen.

Allgemeine Angaben

Die maximale Anzahl der in ein Trägerprodukt maschinell einsteckbaren Beilagen beträgt 5 Beilagen, weitere Beilagen auf Anfrage. Beilagen müssen zum Bund des Trägerproduktes geschlossen sein. Bei Beilagen im Querformat bitten wir um vorherige Bemusterung zur maschinellen Verarbeitung. Fremdbeilagen können im Trägerobjekt maschinell nur an unbestimmter Stelle eingesteckt werden.

Die Anlieferung der Beilagen muss unter Beachtung der Anlieferungstermine an folgende Adresse erfolgen:

Möller Pro Media GmbH
Frau Körner – Beilage IHK + Datum
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde
Montag – Freitag 7 – 14 Uhr
Tel. 030 41909231

ERSCHEINUNGSTERMINE

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss
1. Ausgabe	25.02.2026	12.01.2026	19.01.2026
2. Ausgabe	08.04.2026	23.02.2026	02.03.2026
3. Ausgabe	08.06.2026	22.04.2026	24.04.2026
4. Ausgabe	03.08.2026	17.06.2026	22.06.2026
5. Ausgabe	26.10.2026	09.09.2026	14.09.2026
6. Ausgabe	16.12.2026	04.11.2026	09.11.2026

ANSPRECHPARTNER

Verlag

HCS Medienwerk GmbH
Die Vermarktung der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl, Bayreuth

HCS Medienwerk GmbH
Steinweg 51
96450 Coburg
www.hcs-medienwerk.de

Geschäftsführer
Stefan Sailer & Michael Göppel

Anzeigenleitung
Stefan Sailer
stefan.sailer@hcs-medienwerk.de

Zahlungsbedingungen
Netto Kasse nach Rechnungserhalt. Der Verlag behält sich die Veröffentlichung gegen Vorauszahlung oder Bankeinzug vor. Vermittlungsprovisionen für Anzeigenaufträge 15% auf den Grundpreis.

Medienberatung

Udo Osterhage
udo.osterhage@hcs-medienwerk.de
Tel. 09231 9601622

Herausgeber

IHK für Oberfranken Bayreuth

Herausgeber der „Oberfränkische Wirtschaft“ ist die Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth.

Redaktion

IHK für Oberfranken Bayreuth
Iris Jahn
Bahnhofstraße 25
95444 Bayreuth
Tel. 0921 886-109
i.jahn@bayreuth.ihk.de

verantwortlich:
Wolfram Brehm, Hauptgeschäftsführer

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN / DATENSCHUTZHINWEISE

AGBs für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel, wie z.B. Beilagen, von Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende“ bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Ein „Abschluss“ ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel, wie z.B. Beilagen, unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden oder mit dem Werbungtreibenden vereinbarten Rabatte, wobei die jeweilige Veröffentlichung auf Abruf des Auftraggebers erfolgt. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb eines Jahres nach Vertragsschluss abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Werden einzelne oder mehrere Abrufe eines Abschlusses aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Kontrolle des Erfüllungsstandes eines Abschlusses innerhalb der vereinbarten Laufzeit ist Sache des Auftraggebers. Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen oder anderen Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass.

4. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

5. Aufträge für Anzeigen oder andere Werbemittel, die nur in bestimmten Heftnummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen.
Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigen oder andere Werbemittel – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Inhalt vom Deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Anzeigen oder andere Werbemittel, wie z.B. Beilagen, Werbung Dritter oder für Dritte enthalten. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und deren Billigung bindend. Anzeigen oder andere Werbemittel, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung), bedürfen in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlages. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlages.
Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

8. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen oder anderer Werbemittel ist alleine der Auftraggeber verantwortlich. Bei der Anlieferung von digitalen Druckunterlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel ist der Auftraggeber verpflichtet, ordnungsgemäße, insbesondere dem Format oder technischen Vorgaben des Verlages entsprechende Vorlagen für Anzeigen oder andere Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn anzuliefern. Kosten des Verlages für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen. Vereinbart ist die für den belegten Titel nach Maßgabe der Angaben in der Preisliste sowie in der Auftragsbestätigung übliche Beschaffenheit der Anzeigen oder anderen Werbemittel im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten. Dies gilt nur für den Fall, dass der Auftraggeber die Vorgaben des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von Druckunterlagen einhält.

9. Entsprechen die Anzeigen oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels nicht der vertraglich geschuldeten Beschaffenheit bzw. Leistung, so hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung des anderen Werbemittels, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige oder des anderen Werbemittels beeinträchtigt wurde. Der Verlag hat das Recht, eine Ersatzanzeige bzw. Ersatzveröffentlichung zu verweigern, wenn diese einen Aufwand erfordert, der unter Beachtung des Inhalts des Schuldverhältnisses und der Gebote von Treu und Glauben in einem groben Missverhältnis zu dem Leistungsinteresse des Gläubigers steht oder diese für den Verlag nur mit unverhältnismäßigen Kosten möglich wäre.
Lässt der Verlag eine ihm für die Ersatzanzeige oder die Veröffentlichung des anderen Werbemittels gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige/Ersatzveröffentlichung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Bei unwesentlichen Mängeln der Anzeige oder der Veröffentlichung des anderen Werbemittels ist die Rückgängigmachung des Auftrags ausgeschlossen.
Der Verlag haftet für sämtliche Schäden, gleich ob aus vertraglicher Pflichtverletzung oder aus unerlaubter Handlung nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen: Bei grober Fahrlässigkeit beschränkt sich die Haftung im kaufmännischen Verkehr auf den Ersatz des typischen vorhersehbaren Schadens; diese Beschränkung gilt nicht, soweit der Schaden durch leitende Angestellte des Verlages verursacht wurde. Bei einfacher Fahrlässigkeit haftet der Verlag nur, wenn eine wesentliche Vertragspflicht verletzt wurde. In solchen Fällen ist die Haftung auf den typischen vorhersehbaren Schaden beschränkt. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren in einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen. Reklamationen bei nicht offensichtlichen Mängeln müssen binnen eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn geltend gemacht werden.

10. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm bis zum Anzeigenschluss oder innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

11. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

12. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt. Die sog. Pre-Notificationfrist nach der SEPA-Basis-Lastschrift ist auf einen Tag verkürzt.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

15. a) Aus einer Auflagenminderung kann vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 15. b) nach Maßgabe des Satzes 2 bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie
bei einer Garantieauflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.,
bei einer Garantieauflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.,
bei einer Garantieauflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.,
bei einer Garantieauflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H. beträgt.

Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder, wenn eine Auflage nicht genannt ist, die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich verbreitete) Auflage des vorausgegangenen Kalenderjahres.
Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

15. b) (Sondervorschrift bei Auflagenminderungen von Titeln mit weniger als zweimal wöchentlichem Erscheinen, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen.) Abweichend von Nummer 15. a) berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500 000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet. Die der Garantie zu Grunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.
Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auf-

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN / DATENSCHUTZHINWEISE

tragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb eines Insertionsjahres.
Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2500 Euro beträgt.

16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet.
Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen.
Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann dennoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Verbreitung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

18. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

19. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten.

20. Preisänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind wirksam, wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
Bei Änderungen der Preisliste treten die neuen Bedingungen mit dem Datum der neuen Preisliste in Kraft. Der Verlag behält sich vor, bei Änderung der Preisliste und der Geschäftsbedingungen, diese auch bei bereits vorliegenden Rabattabschlüssen zur Anwendung zu bringen.

21. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernverbundene Unternehmen im Sinne dieser Bestimmung sind Unternehmen, zwischen denen eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent besteht. Der Konzernstatus ist bei Kapitalgesellschaften durch Bestätigung eines Wirtschaftsprüfers oder durch Vorlage des letzten Geschäftsberichtes, bei Personengesellschaften durch Vorlage eines Handelsregisterauszuges nachzuweisen. Der Nachweis muss spätestens bis zum Abschluss des Insertionsjahres erbracht werden. Ein späterer Nachweis kann nicht rückwirkend anerkannt werden. Konzernrabatte bedürfen in jedem Fall der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag. Konzernrabatte werden nur für die Dauer der Konzernzugehörigkeit gewährt. Die Beendigung der Konzernzugehörigkeit ist unverzüglich anzuzeigen; mit der Beendigung der Konzernzugehörigkeit endet auch die Konzernrabattierung.

22. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt den Verlag im Rahmen des Anzeigenauftrags von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird der Verlag von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, den Verlag nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen. Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art, einschließlich Internet, erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, öffentliche Zugänglichmachung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen.

23. Bei Betriebsstörungen oder in Fällen höherer Gewalt, Arbeitskampf, Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Betrieb des Verlages als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80% der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften oder auf andere Weise zugesicherten Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die garantierte verkaufte oder zugesicherte Auflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht. Auflagenminderung aus Gründen von Satz 1 bleiben im Rahmen von Ziffer 15 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unberücksichtigt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

24. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden. Unabhängig der Vermittlung behält sich der Verlag die endgültige Auftragsannahme vor.

25. Bei Änderung der Preisliste treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich schriftlich eine andere Vereinbarung getroffen worden ist.

26. Sind in der Anzeigenpreisliste Bezirksausgaben oder sonstige Verlagsdruckschriften mit eigenen Preisen aufgeführt, so ist – sofern nicht die Gesamtauflage belegt wird – für jede Ausgabe oder Ausgabenkombination ein besonderer Anzeigenabschluss zu tätigen.

27. Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Auftrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Für jeden Kunden ist ein eigener Rabattabschluss erforderlich. Eine Zusammenfassung verschiedener, rechtlich voneinander unabhängiger und kapitalmäßig nicht verbundener Unternehmen zu einem Abschluss ist nicht möglich. Voraussetzung für die Gewährung eines Konzernrabattes ist eine kapitalmäßige Beteiligung von mehr als 50 Prozent.

28. Ein Ausschluss von Anzeigen- und Beilagenaufträgen von Mitbewerbern kann weder für eine bestimmte Ausgabe noch für einen bestimmten Zeitraum zugesichert werden. Bei Beilagen behält sich der Verlag Mehrfachbelegung vor.

29. Der Verlag wendet bei Entgegennahme und Prüfung der Anzeigentexte die geschäftsübliche Sorgfalt an, haftet jedoch nicht, wenn er von den Auftraggebern irregeführt oder getäuscht wird. Bei unklaren Anzeigen oder für die Veröffentlichung nicht geeigneter Texte behält sich der Verlag vor, Änderungen oder Streichungen vorzunehmen, wenn aus Zeitgründen eine Rückfrage bei dem Auftraggeber nicht möglich ist.

30. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen übernimmt der Verlag keine Haftung. Dies gilt ebenfalls für die Vorlage von undeutlich geschriebenen Texten wie für undeutlich übermittelte Telefaxe.

31. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Bei fehlerhaften Wiederholungsanzeigen wird kein Nachlass oder Ersatz gewährt, wenn der Besteller nicht vor der nächsten Einschaltung auf den Fehler hinweist. Dies gilt sinngemäß auch für mitgeteilte Abbestellungen.
Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch auf Nachlass oder Ersatz, ebenso ein Abweichen von der Satzvorlage, der Schriftart und -größe.

32. Anzeigen- und Beilagenaufträge vom Einzelhandel, Handwerk und von gewerblichen Unternehmen, die im Verbreitungsgebiet ansässig sind, dazu zählen auch selbstständig werbende Filialbetriebe und Zweigniederlassungen, werden über Werbungsmittler zum Grundpreis angenommen und verprovisioniert. Volle Provision nur bei kompletter Auftragsabwicklung. Markenartikelhersteller sowie Verkaufsagenturen, Verkaufsstellen und Zweigniederlassungen von überregionalen Verkaufsorganisationen, deren Werbung zentral durchgeführt wird, sind keine Lokalinserenten im Sinne der Preisliste. Die Entscheidung darüber hat der Verlag.

33. Die auf Chiffre-Anzeigen an die Auftraggeber weitergeleiteten Unterlagen sind dem Einreicher nach Ablauf einer angemessenen Frist zurückzuschicken. Sollten Unterlagen nach 6 Monaten nicht zurückgeschickt worden sein, so kann der Verlag auf ausdrückliches Verlangen und berechtigtes Interesse des Einreichers nach vorheriger Fristsetzung an den Auftraggeber zur Rücksendung der Unterlagen die Anschrift des Auftraggebers preisgeben. Alle eingereichten Unterlagen bleiben Eigentum des Einreichers. Die erhobenen personenbezogenen Daten werden von Seiten des Verlages und des Auftraggebers gelöscht, sobald ihre Kenntnis für die Erfüllung des Zwecks der Speicherung nicht mehr erforderlich ist. Gewerbliche Zuschriften auf Chiffre-Anzeigen werden nicht weitergeleitet.

34. Der Verlag behält sich vor, für Anzeigen in Sonderbeilagen, Kollektiven, PR-Beilagen, PR-Seiten und Sonderwerbeformen besondere Anzeigenpreise festzusetzen. Mündlich getroffene Vereinbarungen sind erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag bindend.

35. Abbestellungen und Änderungen müssen schriftlich erfolgen und bis zum Anzeigenschluss vorliegen. Nach dem Anzeigenschluss ist eine Stornierung nicht mehr möglich. Die Rechnungslegung erfolgt zu den vereinbarten Bedingungen, auch wenn die Anzeige nicht erscheinen soll. Bei nicht rechtzeitig eingegangenen

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN / DATENSCHUTZHINWEISE

Beilagen werden die entstandenen Kosten verrechnet.

36. Dem Verlag schriftlich zugehende Anzeigenaufträge werden ihrer Bedeutung nach in der Gesamtauflage veröffentlicht und berechnet, falls die gewünschte Teilausgabe, in der die Anzeige erscheinen soll, nicht ausdrücklich vermerkt ist. Platzierungsvorhaben können nur im Rahmen der umbruchtechnischen Möglichkeiten berücksichtigt werden.

37. Auf Anzeigen für Verlagserzeugnisse wird ein Kollegenrabatt von 10 v. H. gewährt, wenn die Aufträge direkt von Verlag zu Verlag abgewickelt werden.

38. Im Falle höherer Gewalt erlischt jede Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Dies gilt auch sinngemäß bei Arbeitskampf-Maßnahmen.

39. Anspruch auf Korrekturabzug besteht nur bei Aufgabe der Anzeigen 2 Arbeitstage (am Ort) bzw. 3 Arbeitstage (auswärts) vor Erscheinen.

40. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesem aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er sistiert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen sind. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

41. Durch die Erteilung von Anzeigen und Beilagenaufträgen verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der Veröffentlichung beziehen, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs.

42. Besondere Gestaltungswünsche bei Anzeigen, die von der Norm des Verlages abweichen, werden bei einem Aufschlag von 25 % im Rahmen des Möglichen ausgeführt.

43. Die Chiffregebühr wird als Verwaltungspauschale erhoben. Eine Rückerstattung ist nicht möglich, falls keine Offerten eingehen. Sonderformate, welche über die Standardformate von Briefsendungen hinausgehen, werden in der Höhe der zusätzlich anfallenden Portogebühren weiterberechnet. Gegenstände oder Warenproben werden nicht weitergeleitet.

44. Bei Zahlungsverzug sind Verzugszinsen in Höhe von 2 % über dem jeweiligen Basiszinssatz zu zahlen. Die Geltendmachung weiteren Verzugsschadens wird hierdurch nicht ausgeschlossen.

45. Seit 1. August 1999 werden die vom Verlag gesetzten Texte nach der Reform der neuen deutschen Rechtschreibung abgedruckt.

46. Die im Zusammenhang mit der Erteilung von Anzeigen- und Beilagenaufträgen erfassten Daten eines Auftraggebers werden im Sinne des Datenschutzgesetzes entsprechend gespeichert und verarbeitet. (siehe Datenschutzhinweis)

47. Die im Zusammenhang mit dem Anzeigenauftrag erhobenen Daten werden vom Verlag automatisiert gespeichert, verarbeitet und im Rahmen der Zweckbestimmung (z.B. Anzeigenrechnung, Gutschrift/Nachbelastung, Kundenbetreuung) verwendet.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen für digitale Anzeigenvorlagen

Eine digitale Anzeigenunterlage ist gegeben, wenn die Datei vom Auftraggeber als elektronischer Datenträger – online oder offline – an den Verlag übergeben wird.

Für den der Anzeigendatei zu Grunde liegenden Anzeigenauftrag gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Verlages unverändert fort, werden jedoch bzgl. der Beschaffenheit und Weiterverarbeitbarkeitsanforderungen durch diese Besonderen Geschäftsbedingungen ergänzt.

Bedient sich der Auftraggeber bezüglich der Weitergabe der Anzeigenunterlage bzw. der Verlag zu deren Empfang eines Dritten, so bleiben Auftraggeber und/oder Verlag Verpflichtete aus diesen Besonderen Geschäftsbedingungen.

Der Verlag nimmt digitale Anzeigenunterlagen nur an, wenn diese den in den vom Verlag herausgegebenen „Richtlinien zur Anlieferung digitaler Anzeigen“ bestimmten Anforderungen entsprechen.

Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge, die digitale Anzeigenvorlagen beinhalten, abzulehnen, sofern deren Beschaffenheit nicht diesen Besonderen Geschäftsbedingungen entspricht.

Für die rechtzeitige und einwandfreie Übergabe der digitalen Anzeigendatei ist der Auftraggeber verantwortlich.

Fehlerhaft übergebene digitale Anzeigenunterlagen bzw. beschädigte Datenträger gehen ebenso zu Lasten des Auftraggebers wie der Ausfall des Übertragungsweges.

Bezüglich der Übergabe von digitalen Anzeigenunterlagen durch den Auftraggeber ist der Verlag von jeglicher Haftung und Gewährleistung frei.

Der Auftraggeber ist beweispflichtig, dass er die digitale Anzeigenunterlage ordnungsgemäß an den Verlag übermittelt hat.

Ist für den Verlag im Rahmen der betriebsüblichen Arbeitszeit/-weise erkennbar, dass eine digitale Anzeigenunterlage fehlerhaft übergeben wurde und lässt sich dennoch der Auftraggeber ermitteln, so fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

Ist (sind) die nachfolgende(n) Übergabe(n) wiederum erkennbar fehlerhaft, so ist der Verlag nicht verpflichtet, gegenüber dem Auftraggeber erneut Ersatz anzufordern. Sobald der Verlag im Rahmen der betriebsüblichen Arbeitszeit/-weise feststellt, dass die digitale Anzeigenunterlage nach dem (den) mangelhaften Übergabeversuch(en) fehlerfrei übermittelt ist, bestätigt der Verlag dies dem Auftraggeber. Diese Bestätigung bezieht sich ausschließlich auf den Vorgang der elektronischen Übergabe der Anzeigenunterlagen und enthält nicht die Zusicherung bestimmter Eigenschaften bzgl. des Abdrucks/der Verbreitung der Anzeige bzw. die Übernahme einer inhaltlichen Verantwortlichkeit.

Der Verlag ist nicht verpflichtet, digitale Anzeigenunterlagen, die nicht diesen Besonderen Geschäftsbedingungen entsprechen, in eine veröffentlichungsfähige Form zu bringen. Erklärt sich der Verlag bereit, einer entsprechenden Aufforderung des Auftraggebers nachzukommen, so schließen Auftraggeber und Verlag insoweit eine gesonderte Vereinbarung, in der auch die Höhe der Vergütung des zusätzlichen Aufwandes bestimmt wird.

Die vom Verlag eröffnete Möglichkeit, digitale Anzeigenunterlagen auf seinem Rechner zu hinterlegen, bedeutet nicht die Annahme des Anzeigenauftrages durch den Verlag.

Der Auftraggeber sichert dem Verlag zu, im Besitz aller Rechte bzgl. der digitalen Anzeigenübergabe (inkl. der verwendeten Schriften) zu sein. Insoweit stellt der Auftraggeber den Verlag von Ansprüchen Dritter frei. Der Auftraggeber (bzw. ein von ihm eingeschalteter Dritter) ist verpflichtet, die digitale Anzeigenunterlage bis zum Abschluss des Anzeigenauftrages in seinem Rechner zu speichern. Der Verlag ist – gegebenenfalls gegen Kostenerstattung – befugt, vom Auftraggeber die Übermittlung einer Kopie der abgespeicherten digitalen Anzeigenunterlage zu verlangen. Ist dem Verlag dieser Rückgriff verwehrt, weil der Auftraggeber die Speicherung der digitalen Anzeigenvorlage unterlassen hat, und ist im Verlag ein Zugriff auf die digitale Anzeigenunterlage unmöglich geworden, stehen dem Auftraggeber keine Ersatzansprüche gegenüber dem Verlag zu.

Der Verlag ist – sofern nicht ausdrücklich eine abweichende schriftliche Vereinbarung getroffen ist – nicht verpflichtet, digitale Anzeigen über den Abschluss des Anzeigenauftrages hinaus zu speichern bzw. Datenträger, auf denen die digitalen Anzeigen gespeichert sind, an den Auftraggeber zurückzugeben.

Dem Auftraggeber übersandte Papierabzüge digital übergebener Anzeigenunterlagen (Korrekturabzüge) sind aufgrund der gegebenen technischen Bedingungen nicht immer in der Lage, die Qualität der zu veröffentlichenden Anzeige in jeder Einzelheit exakt wiederzugeben.

Einen Anspruch auf Übersendung von Korrekturabzügen digital übergebener Anzeigenunterlagen hat der Auftraggeber nur, wenn dies mit dem Verlag gesondert schriftlich vereinbart ist.

Ist die digitale Anzeigenunterlage bzw. ihr elektronischer Übergabevorgang mit Viren behaftet, so ist der Auftraggeber verpflichtet, dem Verlag den daraus entstandenen Schaden zu ersetzen.

Der Verlag ist berechtigt, die Besonderen Geschäftsbedingungen für digitale Anzeigenunterlagen jederzeit zu ändern. Die abgeänderten Besonderen Geschäftsbedingungen werden zwei Monate nach Ankündigung gegenüber dem Auftraggeber wirksam. Soweit in diesen Besonderen Geschäftsbedingungen auf die Schriftform Bezug genommen wird, ist auch die elektronische Schriftform zulässig.

Datenschutzhinweise

Personenbezogene Daten, die von den nebenstehenden Unternehmen sowie der von ihnen beauftragten Partnerfirmen im Rahmen der Anmeldung sowie zur Durchführung der digitalen Serviceleistungen erhoben werden, werden nicht an Dritte weitergegeben und nur genutzt, wenn der Nutzer ausdrücklich eingewilligt hat oder eine Rechtsvorschrift es anordnet oder erlaubt. Ihre persönlichen Angaben werden von den o. g. Unternehmen gespeichert, verarbeitet und genutzt, um gemäß Ihres Auftrages Bestellungen oder Dienstleistungen, evtl. unter Einbeziehung von Dienstleistern, abzuwickeln.

Weiterhin nutzen wir Ihre Daten ebenfalls für interne Marktforschung und um Sie über weitere eigene gleiche oder ähnliche Produkte und Angebote oder Dienstleistungen auch per E-Mail zu informieren. Sie haben jederzeit die Möglichkeit, der Nutzung Ihrer Daten zu diesen Zwecken schriftlich per Post oder mittels E-Mail zu widersprechen.
Im Rahmen der gesetzlichen Erlaubnis nach § 7 Abs. 3 UWG, werden von den nebenstehenden Unternehmen die E-Mail-Adresse bzw. Ihre Angaben für elektronische Kommunikation, die Sie bei Ihrer Bestellung bzw. Ihrer Registrierung ein Produkt bzw. einen Service der oben genannten Unternehmen angegeben haben, zur Direktwerbung für eigene, ähnliche Produkte genutzt. Falls Sie für die Zukunft keine Direktwerbung mehr auf dieser Grundlage erhalten möchten, können Sie der entsprechenden Verwendung der E-Mail-Adresse bzw. Ihre Angaben für elektronische Kommunikation jederzeit widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. Schreiben Sie hierzu einfach an den betreffenden Verlag:

Verlag/Firma/Datenschutzinfo:

Frankenpost Verlag GmbH
Poststraße 9/11 · 95028 Hof
Informationen unter:
frankenpost.de/datenschutzinfo
Widerspruch an:
datenschutz@frankenpost.de

HCS Medienwerk GmbH
Steinweg 51 · 96450 Coburg
Informationen unter:
hcs-medienwerk.de/datenschutz.html
Widerspruch an:
datenschutz@hcs-medienwerk.de

In jedem Fall werden wir mit Ihren Daten äußerst sensibel umgehen. Die obengenannten Unternehmen werden Ihre Daten nicht an Dritte zu deren werblichen Nutzung vermarkten. Die Europäische Kommission hat eine Plattform zur Online Streitbeilegung eingerichtet. Diese erreichen Sie unter: http://ec.europa.eu/consumers/odr/. Verbraucher können die Plattform für die Beilegung ihrer Streitigkeiten nutzen. Wir sind zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet, außer es besteht eine gesetzliche Pflicht zur Teilnahme.